



**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UMKM KONVEKSI TAS DI
GEDANGSEWU PEGANJARAN KUDUS**

Oleh:

MAHARDIKA LEGESTYAN ASMORO

2013-11-293

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

TAHUN 2017

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UMKM KONVEKSI TAS DI
GEDANGSEWU PEGANJARAN KUDUS**

abstraksi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian

Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus

Kudus

Kudus,

2017

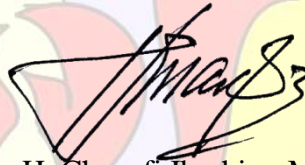
Mengetahui,

Ketua ProgDi



Agung Subono, SE., M.Si
NIDN: 0520017602

Pembimbing I



Drs. H. Chanafi Ibrahim.,MM
NIDN: 0622085501

Mengetahui,

Dekan



M. Mochamad Edris, Drs., MM
NIDN : 0618066201

Pembimbing II



Noor Azis, SE., MM
NIDN: 0609107501

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

Barang siapa yang keluar dalam menuntut ilmu maka dia adalah seperti
berperang di jalan Allah hingga pulang (HR. Turmudzi).

PERSEMBAHAN:

1. Ayah dan ibu tercinta yang telah memberikan do'a, dorongan, perhatian dan semangat kepadaku
2. kakakku tercinta
3. keluarga besar di Kudus
4. Sahabat-sahabatku yang selalu menemani dan menyemangati
5. Teman dan sahabat-sahabatku seperjuangan
Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen
Universitas Muria Kudus
6. Almamater UMK

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji dan syukur kita panjatkan kepada Allah SWT, karena limpahan rahmat dan pertolongan-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UMKM KONVEKSITAS DI GEDANGSEWU PEGANJARAN KUDUS.”** Skripsi ini ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Studi Program Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.

Penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada semua pihak yang sudah mendukung dan membantu penulis selama proses penyusunan skripsi ini, terutama kepada:

1. Bapak Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah memberikan izin untuk mengadakan penelitian dalam penulisan skripsi ini.
2. Bapak Drs. H.Chanafi Ibrahim, MM, selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan petunjuk, membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.
3. Bapak Noor Aziz, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan mengarahkan dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.
4. Bapak dan ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah banyak memberikan bekal ilmu kepada penulis.
5. Kedua orang tua, Bambang Supriyadi Didik Asmoro dan Dwi Astuti. kakak tercinta Filia Nurani Putri, Tante Suci Sulistyono Rini yang selalu

memberiku semangat, nasehat, dukungan dan do'a sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

6. Sahabat terkasih Desi Mariana, Anas, Imam, Johan, Helmi dan Aris yang telah banyak memberikan dorongan, semangat, kasih sayang dan bantuan baik secara moril maupun materiil demi lancarnya penyusunan skripsi ini.
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu, terima kasih atas bantuannya dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan kesalahan, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk memperbaiki dan menyempurnakan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca.

Amin

Kudus,

2017

Penulis,

Mahardika Legestyan Asmoro

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UMKM KONVEKSI TAS DI GEDANGSEWU PEGANJARAN KUDUS

MAHARDIKA LEGESTYAN ASMORO
2013-11-293

Pembimbing: 1. Drs. H. Chanafi Ibrahim, MM
2. Noor Aziz, SE, MM

UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN

ABSTRAKSI

Kondisi lingkungan perusahaan yang selalu berubah menuntut setiap perusahaan untuk menganalisis dan merumuskan kembali strategi yang sesuai dengan keadaan lingkungan yang ada. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui posisi obyek penelitian UMKM konveksi tas di Gedangsewu Peganjaran Kudus dalam persaingan dan mengetahui strategi yang sesuai bagi UKM konveksi tas di Gedangsewu Peganjaran Kudus sesuai kondisi lingkungan internal dan eksternalnya. Kerangka perumusan strategi yang dikemukakan oleh Fred R. David merupakan alat untuk menganalisis strategi dalam penelitian ini. Pada tahap input perumusan strategi menggunakan matriks *Strategic Advantage Product* (SAP) dan *Environmental Treath Opportunity Profile* (ETOP). Pada tahap selanjutnya adalah tahap pencocokan menggunakan matriks SWOT dan IE. Tahap terakhir yaitu memilih strategi yang sesuai dengan kondisi lingkungan yang ada menggunakan matriks QSPM.

Berdasarkan hasil perhitungan dari matriks SAP UKM konveksi tas di Gedangsewu Peganjaran Kudus mendapat total skor 3,74. Hal ini menunjukkan perusahaan berada pada posisi persaingan yang kuat dan hasil perhitungan ETOP UKM konveksi tas di Gedangsewu Peganjaran Kudus mendapat total skor EOE 4,31 dan ETE 3,24 . hal ini menunjukkan perusahaan berada pada posisi kuadran 1 (satu). Strategi tersebut kemudian diolah menggunakan matriks QSPM untuk menentukan daya tarik tiap-tiap strategi terhadap kondisi lingkungan internal dan eksternal yang ada.

Dari hasil pengolahan menggunakan matriks QSPM dan IE, skor daya tarik total dari strategi pengembangan pasar merupakan skor tertinggi dengan nilai 9,15. Hal ini berarti bahwa strategi pengembangan pasar merupakan strategi yang paling sesuai dengan kondisi lingkungan internal dan eksternal UKM konveksi tas di Gedangsewu Peganjaran Kudus.

Kata kunci : Strategi, SAP, ETOP, QSPM.

**ANALISIS OF THE MARKETING STRATEGY MSMEs CONVECTION
BAG IN GEDANGSEWU PEGANJARAN KUDUS**

**MAHARDIKA LEGESTYAN ASMORO
2013-11-293**

**Advisor: 1. Drs. H. Chanafi Ibrahim, MM
2. Noor Aziz, SE, MM**

**UNIVERSITY OF MURIA KUDUS
STUDY PROGRAM MANAGEMENT FACULTY OF ECONOMICS**

ABSTRACT

Conditions are always changing corporate environment requires every company to analyze and reformule strategies in accordance with the existing environmental condition. This study aims to determine the position object of study micro, small and medium enterprises (MSMEs) of convection bag in Gedangsewu Peganjaran Kudus branches in the competition and determine the appropriate strategy for MSMEs convection bag in Gedangsewu Peganjaran Kudus branches apporopriate internal and eksternal environmental conditions. Framework strategy formulation proposed by Fred R. David is tool to analyze the strategies in this study. At the input stage of strategi formulation using matrices Strategi Advantage Product (SAP) and the Environmental Treath Opportunity Profile (ETOP). In the next stage is the stage using SWOT matrix matching and IE. The last stage is choosing a strategy in accordance with the existing environmental conditions using QSPM matrix.

Based on the calculation of the matrix SAP MSMEs convection bag in Gedangsewu Peganjaran Kudus branches 3,7. This is get a total score indicates the company is in a strong competitive position and the result of calculation ETOP MSMEs convection bag in Gedangsewu Peganjaran Kudus branches EOE get a total score of 4,31 and 3,24 ETE. It show the company is well positioned speculative effort. Result of matrix SWOT suggests companies how to position quadrant 1 (one). The strategy is then processed using QSPM matrix to determine the attractiveness of each strategy against internal and external environmental conditions that excist.

From processing using a matrix QSPM and IE, the total score of thr attractiveness of a market development strategy is the highest score with a value of 9,15. This means that the market development strategy is a strategy that is best suited to internal and external environmental condition MSMEs convection bag in Gedangsewu Peganjaran Kudus.

Key word: Strategy, SAP, ETOP, QSPM

DAFTAR ISI

	HALAMAN
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	V
ABSTRAKSI.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1.Latar Belakang.....	1
1.2.Ruang Lingkup	5
1.3.Rumusan Masalah.....	5
1.4.Tujuan Penelitian.....	6
1.5.Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1.Pengertian UKM.....	8
2.2.Pengertian Pemasaran.....	9
2.3.Bauran Pemasaran	20
2.4.Penelitian Terdahuli.....	22
2.5.Kerangka Pemikiran	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	25
3.1.Rancangan Penelitian	25

3.2.Variable Penelitian	25
3.2.1. Variabel Internal.....	25
3.2.2. Variabel Eksternal.....	26
3.3.Uji Validitas dan Reliabilitas	28
3.4.Jenis Penelitian dan Sumber Data	29
3.5.Populasi dan Sampel	30
3.6.Tehnik Pengumpulan Data.....	30
3.7.Tehnik Pengolahan Data	31
3.8.Metode Analisis Data.....	32
3.9.Model Analisis Posisi Strategi dan Model pengambilan Keputusan	32
3.10.Matriks SWOT	32
3.11.Metode SAP	35
3.12.Analisis ETOP	38
3.13.QSPM.....	46
3.14.Kesimpulan	48
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1.Gambaran Umum UMKM Konveksi Tas di Gedangsewu Peganjaran Kudus	49
4.2.Analisis Lingkungan Internal UMKM Konveksi Tas di Gedangsewu Peganjaran Kudus.....	50
4.2.1. Produk	50
4.2.2. Harga.....	50
4.2.3. Tempat.....	50
4.2.4. Promosi	51
4.2.5. Indikasi kekuatan dan kelemahan UMKM konveksi Tas di Gedangsewu Peganjaran Kudus	51
4.3.Analisis Lingkungan Eksternal UMKM Konveksi Tas di Gedangsewu Peganjaran Kudus.....	52
4.3.1. Lingkungan Demografi	52

4.3.2. Lingkungan Ekonomi.....	52
4.3.3. Lingkungan teknologi	53
4.3.4. Lingkungan sosial	53
4.3.5. Indikasi ancaman dan Peluang UMKM Konveksi Tas di Gedangsewu Peganjaran Kudus	53
4.4. Analisis Data	54
4.4.1. Analisis SAP	55
4.4.2. Analisis ETOP.....	58
4.4.3. Matriks Posisi SWOT UMKM Konveksi Tas di Gedangsewu Peganjaran Kudus.....	62
4.4.4. Matriks IE.....	63
4.5. Tahap Keputusan.....	64
4.6. Pembahasan.....	67
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	70
5.1. Kesimpulan	70
5.2. Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	72

DAFTAR TABEL

TABEL	HALAMAN
1.1.Data Jumlah UKM Konveksi Tas di Gedangsewu Peganjaran Kudus	2
1.2.Data penjualan tas dari salah satu UKM Konveksi Tas di Gedangsewu Peganjaran Kudus	4
4.1.Analisis SAP UKM Konveksi Tas di Gedangsewu Peganjaran Kudus.....	37
4.2.Kelas Interval	37
4.3.Analisis ETOP pada UKM Konveksi Tas di Gedangsewu Peganjaran Kudus.....	41
4.4.Matriks Posisi SWOT pada UKM konveksi Tas di Gedangsewu Peganjaran Kudus	42
4.5.Pengelompokan Hasil Strategi UKM konveksi Tas di Gedangsewu Peganjaran Kudus	65

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR

HALAMAN

2.5.Kerangka Pikir Teoritis	24
3.2Matriks Posisi SWOT	41
4.1Matriks ETOP pada UKM konveksi tas di Gedangsewu Pegunungan Kudus.....	60
4.3Matriks IE UKM koveksi tas di Gedangsewu Pegunungan Kudus	64

